

ANÁLISE DA PROPENSÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS DO PÓLO DE VISEU DA UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL PROPENSITY OF STUDENTS FROM THE VISEU POLE OF PORTUGUESE CATHOLIC UNIVERSITY

CARLA PATRÍCIA HENRIQUES TESTAS ¹

ANA FILIPA PEREIRA DE SOUSA RAMOS MARTINS MOREIRA ²

¹ Mestre em Gestão, Especialização em Gestão de Negócios, pela Universidade Católica Portuguesa, Pólo de Viseu,
Departamento de Economia, Gestão e Ciências Sociais – Portugal. (e-mail: carlatestas@sapo.pt)

² Docente do Departamento de Economia, Gestão e Ciências Sociais
da Universidade Católica Portuguesa, Pólo de Viseu – Portugal. (e-mail: filiparamosmoreira@gmail.com)

Nota: Este artigo retoma, no essencial, a dissertação de mestrado da 1ª coautora, realizada sob orientação da Professora Doutora Filipa Ramos Moreira.

Resumo

Este artigo pretende mostrar a importância do ensino superior na promoção do empreendedorismo. Assim, começa-se com uma análise teórica dos conceitos de empreendedorismo e de empreendedor e dos principais motivos que conduzem ao empreendedorismo, bem como dos obstáculos que o dificultam. Salienta-se também a importância que o ensino superior tem na promoção do empreendedorismo. Faz-se, por fim, uma breve evolução histórica da educação para o empreendedorismo no ensino superior e do que tem sido feito em Portugal nesta área.

Em termos metodológicos, apresentam-se os resultados de um estudo efetuado com 348 alunos do Pólo de Viseu da Universidade Católica Portuguesa. Este estudo teve como principal objetivo conhecer a propensão empreendedora dos seus alunos. Os resultados obtidos neste estudo sugerem que os alunos têm pouca tendência empreendedora, o que se poderá dever aos receios e às dificuldades em desenvolver um negócio próprio, assim como a alguns fatores que condicionam a criação e o sucesso de uma empresa. Assim, é

fundamental evidenciar a importância do empreendedorismo, quer para os indivíduos, quer para a sociedade, e, por isso, é indispensável fomentar a sua promoção, sobretudo junto da comunidade escolar.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedor, educação para o empreendedorismo.

Abstract

This article aims to show the importance of higher education in promoting entrepreneurship. So, we start with a theoretical analysis of the concepts of entrepreneurship and entrepreneur and the main reasons that lead to entrepreneurship, such as the obstacles to it. Also highlight the importance that higher education has to promote entrepreneurship, and, finally, a brief historical development of entrepreneurship education in higher education and what has been done in this area in Portugal.

In methodological terms, we present the results of a study conducted with 348 students from Viseu pole of the Portuguese Catholic University. This study aimed to know the entrepreneurial propensity of their students. The results of this study suggest that students have little entrepreneurial trend, which could be due to the fears and difficulties in developing their own business, as well as some factors that influence the creation and success of a company. Thus, it is crucial to highlight the importance of entrepreneurship, both for individuals and for society, and therefore it is essential to foster its promotion especially among the school community.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurship education.

Introdução

Nas últimas décadas o empreendedorismo tem sido uma temática alvo de interesse académico. Porém, ainda não existe consenso acerca do significado do conceito. Reconhece-se a sua importância pelo facto de ser um forte impulsionador do crescimento económico e por estimular a criação de emprego. O responsável por todo este processo é o empreendedor. Não existem características intrínsecas ao

empreendedor, uma vez que estas resultam da educação, da cultura e do meio onde o indivíduo está inserido, não sendo por isso inatas.

Após reconhecer a importância do empreendedorismo, é necessário que haja indivíduos que queiram empreender. Para promover o empreendedorismo é indispensável a colaboração de todos os indivíduos, bem como das instituições que podem, de alguma forma, contribuir para tal. Dentro destas instituições, destacam-se as escolas. As escolas podem inserir nos seus planos curriculares disciplinas e iniciativas que deem aos jovens competências empreendedoras.

Este artigo teve como objetivo conhecer a propensão empreendedora dos alunos da Universidade Católica Portuguesa – Pólo de Viseu (UCP – PV). Para responder com mais precisão ao objetivo delineado, foram identificados três conjuntos de hipóteses. O primeiro consiste no estudo do perfil empreendedor dos alunos da UCP – PV, o segundo pretende indagar os receios, as dificuldades e os fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa e o terceiro tem em conta a importância das iniciativas do ensino superior no desenvolvimento de competências empreendedoras nos alunos.

Este artigo é composto por duas partes. A primeira refere-se à reflexão teórica e a segunda à investigação empírica. Na parte teórica começa-se por abordar o conceito de empreendedorismo e de empreendedor, para, de seguida, apresentar alguns motivos que levam os indivíduos a tornarem-se empreendedores, assim como alguns obstáculos que o processo empreendedor acarreta. Depois, expõe-se a importância do ensino no desenvolvimento do empreendedorismo, faz-se uma breve evolução histórica da educação para o empreendedorismo no ensino superior e, por fim, traça-se uma breve panorâmica da atual educação para o empreendedorismo em Portugal. Na segunda parte ambiciona-se comprovar empiricamente as constatações teóricas e responder às hipóteses definidas. Para conseguir responder ao objetivo do estudo, o método empírico escolhido foi o questionário. Começamos por apresentar as hipóteses de investigação, a metodologia utilizada, os resultados obtidos e sua discussão. O artigo termina com a apresentação das conclusões consideradas mais relevantes, quer da revisão da literatura, quer da investigação empírica.

O empreendedorismo e o empreendedor

Segundo Mars & Rios-Aguilar (2010), o estudo sobre o empreendedorismo remonta aos séculos XVII e XVIII. Para Kuratko (2005) este conceito surgiu nas últimas duas décadas, sendo a maior força económica que o mundo já observou, alvo de diversas definições e encarado como um processo dinâmico. Sarkar (2010) acrescenta que o conceito deriva do francês “entre” e “prende”, termos estes que significam “estar no mercado entre o fornecedor e o consumidor”. Contudo, Gartner (2001) e Nazir &

Ramzan (2012) referem que o estudo acerca do empreendedorismo tem sido dificultado, dada a inexistência de consenso académico acerca do significado do conceito. Para Sexton & Landstrom (2000) e Sarkar (2010) a investigação acerca do empreendedorismo, com um enquadramento rigoroso e sistemático, só ocorreu no final dos anos 70 e início dos anos 80.

Na perspetiva de Nazir & Ramzan (2012) o conceito de empreendedorismo é visto, atualmente, como algo que gera inovação e que acarreta risco. A maioria dos economistas e sociólogos vê-o como um processo e não como um fenómeno estático. Por sua vez, Galloway, Anderson, Brown & Wilson (2005) referem que o empreendedorismo gera o desenvolvimento de novos ou melhores negócios, produtos e serviços, tendo estes de ter capacidade para se adaptarem às mudanças ocorridas. Salim & Silva (2010) acrescentam que o empreendedorismo é reconhecido pela procura de soluções para questões de âmbito social e por estar incluído nos programas do Governo. Ainda é encarado como uma forma de realização humana, já que pode transformar os desejos dos indivíduos em realidade, caso seja adotada uma atitude empreendedora e haja motivação. Duarte & Esperança (2012) corroboram esta perspetiva e referem que o empreendedorismo também fomenta a competitividade, o desenvolvimento de ferramentas de negócios inovadoras e é um componente de extrema importância numa economia de mercado cada vez mais marcada pela globalização e competitividade.

De acordo com Davey, Plewa & Struwing (2011), o empreendedorismo constitui uma fonte vital para o crescimento e competitividade económica, gera a criação de empregos e faz com que os interesses sociais progridam, o que leva a que académicos, profissionais e decisores políticos aumentem os seus esforços com o objetivo de que seja promovida a mentalidade empreendedora na sociedade. Segundo o Eurostat (2012), os maiores objetivos sociais e económicos associados ao empreendedorismo passam pela criação de emprego, crescimento económico e redução da pobreza. Também Rao, Rao & Ganesh (2011) veem o empreendedorismo como sendo um dos fatores de maior importância para o desenvolvimento económico da sociedade, pelo que os empreendedores são encarados como indispensáveis para iniciar e prosseguir o desenvolvimento socioeconómico.

O empreendedor é um indivíduo que assume riscos, uma vez que enfrenta situações ambíguas de uma forma otimista e procura encará-las como sendo uma possibilidade de negócio. Perante uma situação de insucesso, o empreendedor não a encara como sendo uma derrota, pois torna-a numa forma de aprendizagem e procura distintas formas de motivação para poder investigar novas oportunidades de negócio. Os empreendedores são antecipados e procuram constantemente novas soluções e produtos, introduzem métodos de produção inovadores, adotam e implementam estratégias competitivas, lideram empresas e conduzem as suas equipas a trabalhar em prol da

empresa. Desta forma, o empreendedor é aquele que é capaz de conceber, de pôr em prática e de estimular os que o acompanham, com uma atitude de desafio permanente e de vontade de superação da indiferença (Duarte & Esperança, 2012). No entanto, para Ferreira, Santos & Serra (2010), ninguém nasce empreendedor, nem com genes empreendedores. O que define um empreendedor é o seu comportamento e atitudes e não os traços de personalidade ou quaisquer outras características inatas. Não é possível antever quais são os indivíduos que detêm um perfil empreendedor, apenas se pode trabalhar e desenvolver as competências que são necessárias para empreender. Volkman (2004) vem corroborar esta ideia ao referir que o empreendedorismo não é algo que se obtenha à nascença, algo inato, sendo sim algo que é desenvolvido pela educação e pelas experiências vividas durante a vida. No entanto, desde o início dos estudos acerca do empreendedorismo que há investigações acerca dos traços de personalidade relacionados com o comportamento empreendedor. Apesar de não existir uma conclusão universal que seja totalmente aceite, Raposo, Paço & Ferreira (2008) referem algumas características atribuídas aos empreendedores, as quais passam por necessidade de realização, autocontrolo, autoconfiança, motivação para o lucro e criatividade. Saraiva (2011) aponta mais algumas características, designadamente o aprimorado sentido de responsabilidade, quer individual, quer social, apoiado numa boa capacidade de decisão; a posse de um espírito simultaneamente sonhador e concretizador; a capacidade de recrutar os indivíduos certos em prol de um dado projeto comum, arcando a sua liderança através de uma boa capacidade para gerir e delegar competências, atividades e responsabilidades; e a boa resistência anímica e capacidade de encaixe, para conseguir velozmente ultrapassar os problemas e suportar com discernimento e sem falhas de ânimo certas inquietações. Sarkar (2010) salienta ainda a necessidade de autonomia, de domínio e de independência. Por sua vez, Bulut & Sayin (2010) referem que os empreendedores são dedicados, determinados, decididos, visam obter sucesso, orientam-se para as oportunidades, toleram a incerteza, têm capacidade para assumir riscos, assumem responsabilidades, são otimistas e líderes, têm uma personalidade dinâmica e aberta à inovação e à mudança, estão dispostos à transformação e à ambição em crescer e focados no sucesso. Para Bucha (2009), o empreendedor não é um jogador, mas sim alguém que aceita uma dada oportunidade após calcular o risco inerente. Já Saraiva (2011) afirma que são os empreendedores que lideram a geração de valor, de postos de trabalho e o desenvolvimento quer económico ou social. Desta forma, merecem um grande apreço e reconhecimento.

Após apresentar as características do empreendedor, torna-se profícuo conhecer os motivos que os empreendedores apresentam quando decidem empreender.

Motivos para o empreendedorismo

Para Saraiva (2011), os motivos que levam os empreendedores a iniciar um novo projeto, na maior parte das situações, não são direcionados para o lucro ou enriquecimento pessoal no curto prazo. São motivados pelo acréscimo da realização pessoal, pelo reforço da autonomia e também pela dificuldade que têm em conseguir encontrar facilmente outras opções de vida. A decisão de criar uma empresa, para Ferreira, Santos & Serra (2010), é influenciada por um vasto conjunto de fatores. Estes podem estar relacionados com as condições nacionais e/ou com o ambiente onde os indivíduos se encontram inseridos ou, ainda, com outros fatores inerentes ao indivíduo. Dentro destes últimos fatores, inclui-se o ambiente familiar na infância, uma vez que há uma maior tendência para um indivíduo enveredar pelo empreendedorismo se os pais também o fizeram. A educação também interfere com o empreendedorismo, já que há uma maior inclinação para os indivíduos com maiores níveis de formação optarem por serem empreendedores no seu percurso profissional. A formação dá competências para saber gerir os problemas e dá conhecimento em relação às atividades técnicas da empresa. A escola e os docentes também podem incentivar o empreendedorismo, já que podem lecionar cursos nesta área com o objetivo de estimular e desenvolver novos empreendedores. Estes cursos podem também melhorar a forma como a sociedade encara o empreendedor. A idade também é tida em consideração, já que a maioria dos empreendedores portugueses cria a sua empresa entre os 22 e os 45 anos. Estas idades estão relacionadas com o facto de ser necessária alguma experiência, credibilidade, apoio financeiro e vitalidade física para desenvolver um novo negócio. Por último, a experiência profissional prévia também condiciona o espírito empreendedor. Desde logo, pode aumentar o sucesso do novo empreendimento quando este vai ao encontro da experiência profissional prévia. Por sua vez, o novo negócio também por ser criado com vista a superar problemas, como por exemplo, a insatisfação com o trabalho atual.

Para Duarte & Esperança (2012), o empreendedor, para criar uma empresa, tem de ter uma forte motivação, a qual pode estar relacionada com a experiência profissional e a formação adquiridas. Porém, também se pode dever a outros motivos, designadamente, querer mudar a atual situação em que se encontra, como por exemplo, deixar de trabalhar por conta de outrem (TPO) ou estar desempregado e, conseqüentemente, desenvolver uma atitude pró-ativa, especialmente a criação de uma empresa. Pode querer utilizar os conhecimentos que possui para desenvolver um produto ou serviço dirigido a outros nichos de mercado, o qual se pode traduzir numa atividade rentável. Pode ver o trabalho por conta própria (TPC) como a forma mais apropriada de expor as suas competências. Por fim, a procura de uma melhor situação financeira e a existência de uma oportunidade de mercado também pode levar à criação de uma nova empresa.

No caso específico das mulheres, Hasni, Faridahwati & Mohammed (2012) referem que existem diversos fatores que as levam a empreender, designadamente o desemprego, a recessão, o reduzido orçamento familiar, a insatisfação com o atual trabalho, a necessidade de independência, de um desafio, de melhores oportunidades financeiras, a autorrealização, o desejo de ser o seu próprio patrão e a flexibilidade necessária para conciliar a família com o trabalho. Rao, Rao & Ganesh (2011) acrescentam que as mulheres enveredam pelo empreendedorismo devido às suas habilidades, conhecimentos e talento e, ainda, à sua aptidão para os negócios. Quando decidem criar o seu próprio emprego provocam alterações na economia e geram novas oportunidades empresariais (Hasni, Faridahwati & Mohammed, 2012). No entanto, segundo a OECD - *Organisation for Economic Co-operation and Development* (2012), há uma menor probabilidade das mulheres dos países da OECD terem uma atividade empreendedora, quando comparadas com os homens, pois apenas cerca de 2% possuem um negócio próprio e empregam outros indivíduos. Em contrapartida, os homens apresentam um percentual que é mais do dobro em muitos dos países.

Para Sarkar (2010) é necessário que o espírito empreendedor seja promovido, pois a instituição de novas empresas provoca diversos impactos positivos, designadamente, no emprego, na inovação, na produtividade e na renovação económica. Neste âmbito, o Governo português com vista a promover o empreendedorismo apresenta diversos incentivos. Destaca-se o *Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação* - Programa +E+I, o qual se encontra aberto à sociedade civil. Este programa pretende uma sociedade mais empreendedora, empresas inovadoras e que detenham uma grande componente exportadora (Programa +E+I), (s.d.). Ainda de acordo com este programa, existem diversos instrumentos que apoiam a criação de novas empresas. Desde logo, o *Quadro de Referência Estratégica Nacional* (QREN) que, através do *Sistema de Incentivos à Inovação*, apoia dois tipos de investimentos: investimentos até 1,5 milhões de euros, através do *Investimentos do Empreendedorismo Qualificado*, e investimentos com uma dimensão financeira superior com o *Investimentos para a Criação e Desenvolvimentos de Unidades Produtivas*. Contudo, o processo empreendedor tem inerentes várias dificuldades e, por isso, em seguida serão apresentados alguns dos constrangimentos que o empreendedor tem de ultrapassar para constituir um negócio.

Obstáculos ao empreendedorismo

Portugal ainda não se encontra totalmente preparado para a inovação e empreendedorismo devido ao predomínio da mentalidade avessa ao risco e à criatividade, às poucas parcerias entre as empresas e instituições do ensino superior, à inexistência de cooperação empresarial ao nível da ciência e tecnologia e ao reduzido

investimento público ou privado feito em investigação e desenvolvimento (Bucha, 2009). Verifica-se também que a cultura portuguesa tem influência na propensão para o empreendedorismo, pois o ambiente cultural em que os indivíduos se inserem condiciona os seus valores, atitudes e comportamento. Portugal não é considerado um país de empreendedores devido ao medo que estes têm de falhar, à aversão ao risco e à incerteza, ao receio social da falência e à rejeição de uma carreira pessoal independente (Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010). Segundo a SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação (2004), a população portuguesa admira o insucesso dos empreendedores, contrariamente ao que acontece no Reino Unido e nos Estados Unidos da América (EUA), onde o fracasso e os erros são vistos como experiências para o sucesso de posteriores tentativas. A população não possui capacidades e competências empreendedoras suficientes, o que reduz a probabilidade de sucesso do empreendedorismo individual.

Ferreira, Santos & Serra (2010) mencionam alguns fatores que condicionam o empreendedorismo, nomeadamente a atitude face ao fracasso ou insucesso, pois cerca de 40% dos indivíduos realçam o receio de falhar e o insucesso como sendo entraves ao empreendedorismo. É uma sociedade avessa à incerteza e pouco complacente com situações dúbias, onde se evita assumir riscos. Há uma diminuta capacidade de reagir e de usufruir de oportunidades de negócios, sendo a dificuldade em conseguir financiamento o principal motivo. O desconhecimento dos meios financeiros existentes e de acesso ao capital, a versatilidade das políticas industriais, das estratégias de desenvolvimento nacional e dos programas de incentivo, por parte do Governo, a reduzida oferta nas escolas do empreendedorismo como disciplina curricular e o diminuto progresso dos serviços comerciais e profissionais, são outros tantos entraves. Duarte & Esperança (2012) acrescentam o desfavorável clima económico, a aversão ao risco, o medo de falhar, a excessiva carga burocrática intrínseca à constituição de uma empresa, como sendo os obstáculos centrais entre a intenção e a ação de constituir uma empresa.

O financiamento para criar a empresa também é uma das etapas mais difíceis que o empreendedor tem de ultrapassar, pois a banca ainda tem uma atitude muito conservadora e exige garantias, hipotecas e fiadores para que possa viabilizar o pedido de empréstimo (Ferreira, Santos & Serra, 2010). O *Livro Verde* da Comissão das Comunidades Europeias (2003) vem corroborar esta ideia ao defender que o acesso ao financiamento é o maior obstáculo que os empreendedores têm de enfrentar, sendo na fase de arranque que as empresas têm mais dificuldades em cobrir as necessidades em termos de fundo de maneio. Duarte & Esperança (2012) defendem também esta ideia ao afirmarem que é necessário determinar as necessidades de financiamento do negócio,

sendo que o financiamento pode ser obtido através de capital próprio ou de capital alheio.

Segundo Ferreira, Santos & Serra (2010), para que haja uma sociedade mais empreendedora, é necessário alterar a posição adotada por alguns indivíduos e instituições, designadamente as escolas, as quais lá vão incluindo disciplinas de empreendedorismo nos planos curriculares de diversos cursos e vão concebendo alternativas em áreas de especialização, de graduação e pós-graduação, nas Unidades de Ensino à Distância e na oferta de cursos de empreendedorismo. Ao reconhecer que as competências empreendedoras podem ser estimuladas através da educação, torna-se pertinente ressaltar, de seguida, a importância que o ensino tem na promoção do empreendedorismo.

A importância do ensino no desenvolvimento do empreendedorismo

Para Duarte & Esperança (2012), Portugal tem poucos empreendedores e, neste sentido, o sistema educativo tem de sofrer alterações para poder responder à presente crise e ao elevado índice de desemprego da União Europeia e de Portugal. Para Ferreira, Santos & Serra (2010), o empreendedorismo é uma alternativa ao trabalho assalariado e constitui um meio para os indivíduos concretizarem alguns dos seus desejos. Desta forma, é necessário investir na formação de empreendedores, para que assim estes obtenham competências que lhes possibilitem criar valor, seja para si, seja para outros indivíduos. Reconhece-se a importância que a educação para o empreendedorismo tem na construção de sociedades mais fortes e flexíveis e, por isso, é indispensável que Portugal insira o ensino desta temática no seu sistema educativo e melhore a relação das escolas com o tecido empresarial (Bucha, 2009). Compete à escola impulsionar atitudes empreendedoras junto dos jovens, sendo esta uma dimensão crítica na educação das novas gerações e do progresso sustentado de Portugal (Pereira, Ferreira & Figueiredo, 2007). As competências empreendedoras devem ser obtidas na aprendizagem ao longo da vida, ou seja, devem começar desde o primeiro ciclo do ensino básico até à universidade, inserindo-se também no ensino profissional de nível secundário e nos institutos técnicos de nível superior. Assim, para se conseguir obter uma base mais sólida na educação para o empreendedorismo é necessário inserir nos currículos académicos objetivos específicos e orientações para a sua respetiva aplicação prática. Já existem disciplinas, especialmente no ensino secundário, que podem ser aproveitadas pelas escolas e pelos docentes para a aprendizagem desta temática. No entanto, o ensino do empreendedorismo, na maior parte das situações, é efetuado através da realização de atividades extracurriculares. Neste âmbito, é imprescindível uma maior sensibilização para os benefícios da aprendizagem de conceitos base sobre o empreendedorismo para

toda a sociedade em geral e também para os alunos que se encontram nos primeiros anos de escolaridade (Comissão das Comunidades Europeias, 2006).

Na perspetiva de Duarte e Esperança (2012), os sistemas de educação no passado não se guiavam com o objetivo de estimular o desenvolvimento de competências empreendedoras ou o trabalho por conta própria. Porém, esta situação tem sofrido mutações. Nos últimos anos na Europa houve uma maior sensibilização para a necessidade de incrementar iniciativas que fomentem a cultura empreendedora, o estímulo da tomada de risco, da criatividade e da inovação. Deve-se ainda encarar o espírito empreendedor como um motor para o desenvolvimento. Por sua vez, Bucha (2009) refere que em Portugal prevalece a escola apoiada por um *curriculum* de cariz predominantemente académico e programático. Esta escola apresenta como contexto estruturante a sala de aula, onde se destaca apenas a componente curricular ou letiva. Desta forma, é fundamental transformar a escola onde se ensina num espaço onde se aprende. Em relação ao conhecimento, ambiciona-se que este não seja imposto de uma forma unilateral. Espera-se, assim, que o ensino tradicional não seja apenas assente num método expositivo, mas que passe a reger-se por um método dinâmico e evolutivo, uma vez que se pretendem alunos empreendedores e isso só é possível se o ensino tradicional for substituído por um ensino empreendedor.

Ao ter em consideração a importância da educação para o empreendedorismo, destina-se o ponto seguinte à evolução histórica da educação para o empreendedorismo no ensino superior.

Evolução histórica da educação para o empreendedorismo no ensino superior

Segundo Volkmann (2004), as universidades pioneiras na educação para o empreendedorismo foram as americanas, tendo sido, em 1947, a *Harvard Business School* a primeira instituição a ter um curso sobre empreendedorismo. Porém, a educação para o empreendedorismo no ensino superior é um fenómeno recente, tendo, em 1949, surgido o primeiro jornal sobre empreendedorismo, o *Explorations in Entrepreneurial History* (Katz, 2003). Volkmann (2004) refere que, até 1970, foram poucas as universidades americanas que tinham cursos nesta área, mas, a partir deste período, surgiu um aumento destes cursos, embora, na sua maioria, fossem na área da gestão. Posteriormente, apareceram noutras áreas, designadamente nas ciências e engenharias. De acordo com Lewrick, Omar, Raeside & Sailer (2010), desde a década de 1970 têm surgido muitas escolas de negócios e universidades que oferecem formação acerca do empreendedorismo e até há percursos académicos inteiros nesta área, pois considera-se que o empreendedorismo pode ser aprendido, tal como as facetas de um indivíduo empreendedor.

Para Anderson & Jack (2008), a procura do empreendedorismo na educação iniciou-se em 1980 e 1990. Neste período, o número de cursos disponíveis também aumentou. Em 1999 existiam pelo menos 2200 cursos em 1600 faculdades e universidades nos EUA, tendo estes sido apoiados por 44 jornais de língua inglesa e por mais de 100 centros de empreendedorismo (Katz, 2003). Por sua vez, Boyles (2012) constatou que o número de cursos de empreendedorismo nas instituições de ensino superior cresceu de apenas alguns cursos na década de 1970 para mais de 1600 cursos em 2005. Volkmann (2004) menciona ainda que, no final de 2002, as universidades e as escolas de gestão ofereciam mais de 700 programas de empreendedorismo. Contudo, Brush, Duhaime, Gartner & Stewart (2003) referem que o número de programas de doutoramento nesta área ainda é muito reduzido.

Apesar da educação para o empreendedorismo se ter iniciado nos EUA, posteriormente estendeu-se por toda a Europa, nomeadamente Reino Unido, Países Baixos, Bélgica e Alemanha. Deste modo, o empreendedorismo no início do século XXI tornou-se numa disciplina académica de extremo relevo nas universidades, quer nos EUA ou na Europa (Volkmann, 2004). Para Martin, McNally & Kay (2012) a educação para o empreendedorismo está a ser alvo de um rápido crescimento nas universidades de todo o mundo. Os governos estão a realizar grandes investimentos para os futuros empreendedores e também para as pequenas empresas já constituídas. Mas a educação para o empreendedorismo ainda é pouco reconhecida, sobretudo pelo facto de que não se lhe reconhece que ajuda a criar mais e melhores empreendedores.

Gerba (2012) vê a educação para o empreendedorismo como um programa educacional que tem como objetivo dotar os alunos de conhecimentos, habilidades e motivações com vista a impulsionar o sucesso empresarial. É ainda um meio de desenvolver as intenções empreendedoras, pois incute nos alunos o interesse em enveredarem pelo empreendedorismo. A educação para o empreendedorismo ganhou uma maior importância devido a estimular o desenvolvimento empresarial e, consequentemente, contribuir para o crescimento e desenvolvimento económico. Neste âmbito, Matlay (2006) afirma que a educação para o empreendedorismo se encontra no topo da agenda política e também constitui um item prioritário em todos os países industrialmente desenvolvidos e em desenvolvimento. Por sua vez, Ramayah, Ahmad & Fei (2012) referem que o ensino do empreendedorismo é mais do que a mera constituição de uma nova empresa. Pois é o empreendedorismo que torna imprescindível que o indivíduo aprenda a ser inovador, que tenha facilidade para mudar e capacidade para inteirar experiências, habilidades e conhecimentos que lhe permitam criar, inovar e avaliar as oportunidades empresariais. A Comissão das Comunidades Europeias (2006) acrescenta que os benefícios da educação para o empreendedorismo não se cingem à constituição de *start-ups*, ao lançamento de projetos inovadores e à

formação de novos empregos. Desta forma, salienta que o empreendedorismo é uma importante competência para os alunos, na medida em que os auxilia a terem uma maior criatividade e autoconfiança em todas as atividades que executam, levando-os também a atuarem de uma forma socialmente responsável.

Segundo O'Connor (2012), o propósito da educação para o empreendedorismo passa por preparar os alunos para iniciar, possuir e gerir um determinado negócio. Deve também fornecer aptidões de trabalho e introduzir os alunos no mundo empresarial. Porém, um nível mais elevado de educação geral é mais importante do que a educação para o empreendedorismo, em relação ao início e ao desenvolvimento de um negócio. A educação para o empreendedorismo é inconsistente, quanto à sua abordagem de conteúdo e pedagogia. A abordagem que efetua parece evitar lidar diretamente com a preparação de indivíduos que, de alguma forma, contribuirão para os resultados económicos. Contudo, há quem defenda a importância do empreendedorismo para o crescimento e desenvolvimento da sociedade. Desta forma, demonstra-se a diversidade de contributos para o empreendedorismo quando se têm em consideração os objetivos económicos.

Gibb (2002) defende que a educação para o empreendedorismo deve saber lidar com a complexidade e incerteza e, por sua vez, os programas de educação devem ser incorporados num quadro de globalização e num contexto adequado. Para além de aprender numa sala de aula, para Lewrick, Omar, Raeside & Sailer (2010) há outras alternativas na educação para o empreendedorismo, designadamente: simulações em computador, competições virtuais de *start-up*, competições reais de planos de negócios, *workshops* empresariais, debate e troca de conhecimentos com empreendedores, experiência de trabalho e estágio nas atividades iniciais de uma empresa (quadros inferiores ou intermédios). Já para Dominginhos & Carvalho (2009) os principais conteúdos dos programas são lecionados na sala de aula, sendo completados por oficinas onde se encontram presentes empreendedores e outros indivíduos relacionados com o processo empreendedor, os quais partilham as suas experiências e fomentam posteriormente o debate com os alunos. Pereira, Ferreira & Figueiredo (2007) acrescentam que na educação para o empreendedorismo se utilizam abordagens metodológicas participativas e se insere o espírito empreendedor no processo de aprendizagem. A educação para o empreendedorismo é uma educação transversal para a vida, é centrada na ação, focaliza-se no processo e nos resultados, é coerente e constante, integra-se multidisciplinarmente, é contextualizada e é criada pelos alunos.

Para a Comissão das Comunidades Europeias (2006), nem todos os indivíduos que obtêm competências empreendedoras decidem enveredar pelo empreendedorismo no futuro. Desde logo, apenas cerca de 20% dos alunos do ensino secundário presentes nas atividades de microempresas criam uma empresa após finalizarem os estudos. Em

relação às hipóteses de sucesso das *start-up* e do emprego por conta própria verifica-se que estas são acrescidas quando o aluno frequentou aulas sobre empreendedorismo. Desta forma, a presença de jovens com uma consciência empreendedora e que possuam competências nesta área tornam-se numa mais-valia para uma PME dinâmica que ambicione expandir-se.

Lewrick, Omar, Raeside & Sailer (2010) referem que há cada vez mais um maior número de empresas que têm origem dentro das infraestruturas universitárias, sendo criadas através de planos de negócios competitivos e de centros complementares de empreendedorismo. Logo, a educação empreendedora, deve ter em consideração duas vertentes. Em primeiro lugar, salientar a importância de aprender com empreendedores e empresas de sucesso, tendo, desta forma, como objetivo desenvolver conhecimento e transferi-lo para os processos da educação. Em segundo lugar, mencionar que os alunos necessitam de ter contacto com os indivíduos que já criaram empresas, uma vez que estes tiverem de enfrentar diversos desafios para conseguirem constituir uma empresa. A probabilidade de falhar na construção de uma nova empresa é muito elevada, porque muitas empresas gerem mal os riscos deste processo. Nestes riscos, inserem-se, por exemplo, os riscos adversos, as culturas inapropriadas, o não conseguir incentivos suficientes para sustentar os negócios e o envolvimento de gestores errados. Para colmatar esta falha é necessário desenvolver as competências dos empreendedores, para que, assim, estes consigam alcançar o sucesso.

Após conhecer a evolução, os objetivos e algumas formas de lecionar a educação para o empreendedorismo, apresenta-se de seguida o caso português, elucidando-se alguns programas realizados no ensino neste âmbito.

Educação para o empreendedorismo: o caso português

De acordo com a SPI (2004), o sistema educacional português é inadequado para o estímulo do empreendedorismo. Desde logo, não promove a criatividade e o espírito inovador nos alunos e também não os prepara para usufruírem das oportunidades de negócio da melhor maneira. Contudo, há alguns progressos, designadamente a realização de estudos acerca desta temática. Nos últimos anos, em vários países, assistiu-se a um excepcional progresso de cursos e programas acerca do empreendedorismo nos diversos níveis de ensino, principalmente no ensino superior. Porém, estes cursos e programas têm sido dirigidos para um núcleo reduzido de cursos, nomeadamente gestão ou economia. Simultaneamente, as suas modalidades também se têm mostrado insuficientes (Marques & Moreira, 2011). Segundo Pereira, Ferreira & Figueiredo (2007), as escolas e os currículos de ensino portugueses têm as condições necessárias para fomentar a educação para o empreendedorismo. Mas a educação empreendedora resulta sobretudo da determinação, do investimento, da abertura a novos

métodos de trabalho e de uma atitude inovadora por parte de todos os agentes educativos. Saraiva (2011) refere que a educação não se deve limitar a transmitir conhecimento, devendo também estimular na sociedade portuguesa valores que são essenciais para o empreendedorismo. Estes valores consistem em confiança e criatividade; otimismo e ousadia; mundo e mudança; planeamento e persistência; empreendedorismo e ética; trabalho e trabalho em rede, equipa e parceria; inovação, intervenção e incerteza; e por fim, reconhecimento, recompensa e rigor.

De acordo com Duarte & Esperança (2012), o empreendedorismo no ensino superior português apresenta alguns entraves, quer da parte dos alunos, quer da parte dos docentes e investigadores. No que concerne aos alunos verifica-se a presença de falta de competências, há dificuldade em conseguir apoio financeiro e também não persiste a motivação necessária para empreender. Em relação aos docentes e investigadores, salienta-se a inexistência de uma cultura que ligue o ensino ao mundo empresarial e ao mercado, a carência de algumas competências, a dificuldade em aceder ao financiamento, assim como a ausência de motivação.

Para Gonçalves (2009), o programa com maior destaque ao nível do ensino superior é o programa *Poliempreende*. Este programa é uma atividade pioneira do Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB), que, posteriormente, foi alargada aos Institutos Politécnicos (IP) da Guarda e de Viseu, entre 2003 e 2006. A partir de 2007 o programa alargou-se a todos os restantes IP, uma vez que o empreendedorismo é uma atividade vital no Ensino Superior Politécnico. O *Poliempreende* tem como objetivo o desenvolvimento da criatividade e inovação nos alunos e a criação de empresas com os respetivos apoios em todas as suas etapas de desenvolvimento. Neste sentido, visa a promoção do espírito empreendedor nas comunidades académicas, através da realização de oficinas de empreendedorismo, de concursos de ideias de negócio e da apresentação de planos de negócio. Os melhores projetos de cada IP são sujeitos a um concurso nacional, sendo premiados três deles com um prémio pecuniário. Com este prémio, os vencedores podem constituir a sua própria empresa, concretizar o projeto e fortalecer o progresso socioeconómico das regiões onde os IP se inserem (Parreira, Pereira & Brito, 2011).

O empreendedorismo jovem tem vindo a ganhar importância no quadro geral do empreendedorismo, especialmente numa perspetiva de médio prazo, pois as novas oportunidades de negócio têm vindo a ser dinamizadas por indivíduos jovens e qualificados. Constatou-se precisamente que a afirmação de uma cultura de empreendedorismo resulta das apostas efetuadas pelos jovens. Neste âmbito, destaca-se o programa *Erasmus para Jovens Empreendedores*, que visa a promoção do ensino do empreendedorismo. O programa destina-se a conceder uma exposição de natureza internacional aos jovens empreendedores, tendo a duração mínima de um mês e máxima

de seis meses. Neste período de tempo, o jovem empreendedor é acolhido por um empresário com experiência num país da UE (Saraiva, 2011).

Saraiva (2011) afirma que, embora tenham surgido vários progressos ao nível do reforço da atitude empreendedora junto dos alunos do ensino superior, ainda há muito trabalho para desenvolver. Após realizar sondagens ao longo dos anos, concluiu que nas últimas duas décadas houve uma evolução positiva da atitude empreendedora. Contudo, ainda são menos de 25% os alunos que frequentam o ensino superior em Portugal que afirmam que existe a possibilidade de enveredarem pelo empreendedorismo no futuro, o que se contrapõe ao valor presente nos EUA, de cerca de 55%. Já Bucha (2009) refere que as escolas em Portugal se encontram afastadas das empresas e muitas vezes são acusadas de não prepararem os profissionais de acordo com as necessidades que são impostas pelas diversas transformações. Desta forma, a *nova escola – sensível e transformacionista*, necessita de apreender as novas transformações e adequar a qualificação dos indivíduos ao mercado de trabalho. Deve, ainda, dar especial atenção à presença de empresas inclinadas para o desenvolvimento de novos produtos, serviços e processos, os quais são capazes de desenvolver um ambiente favorável à propagação do espírito empreendedor.

Hipóteses de investigação

Com este estudo pretendia-se conhecer a propensão para o empreendedorismo presente nos alunos da UCP – PV. Para tal, identificaram-se três conjuntos de hipóteses. O primeiro relaciona o perfil dos alunos com a tendência empreendedora. O segundo diz respeito à opinião dos alunos face aos receios, às dificuldades e aos fatores que condicionam o sucesso de uma empresa. O terceiro relaciona as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo com a iniciativa empreendedora dos alunos.

Relativamente ao primeiro conjunto de hipóteses teve-se em consideração a seguinte hipótese geral:

H.1. - *O perfil dos alunos condiciona o seu espírito empreendedor.* Como se referiu, de acordo com Ferreira, Santos & Serra (2010) e Volkmann (2004), o empreendedorismo não é inato ao indivíduo, sendo antes o resultado de comportamentos e de atitudes, os quais são desenvolvidos através da educação e da experiência de vida. Porém, também como já se referiu, Bucha (2009), Bulut & Sayin (2010), Parreira, Pereira & Brito (2011), Raposo, Paço & Ferreira (2008), Saraiva (2011) e Sarkar (2010) apontam algumas características mais comuns aos empreendedores. Para conseguir responder com mais precisão a esta hipótese foram criadas as seguintes hipóteses específicas:

H.1.1.: *Os dados sociodemográficos e a experiência profissional estão relacionados com a criação de empresas.* Procura-se apurar se os dados sociodemográficos e a experiência profissional interferem com a criação de empresas. Como se disse atrás, a formação, a idade e a experiência profissional interferem na decisão de criar uma empresa (Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010). A OECD (2012) e o GEM (2012) mostram ainda que as mulheres são menos empreendedores do que os homens.

H.1.2.: *Os dados sociodemográficos e a experiência profissional estão relacionados com a perceção do futuro profissional dos alunos.* Simultaneamente, reconhece-se que os dados sociodemográficos e a experiência profissional interferem com a perceção do futuro profissional dos alunos. Como se referiu anteriormente, a educação para o empreendedorismo é fulcral para a promoção de competências empreendedoras nos indivíduos. Desta forma, estas competências devem começar a ser desenvolvidas desde o primeiro ciclo do ensino básico até à universidade (Bucha, 2009; Comissão das Comunidades Europeias, 2006). Porém, algumas competências resultam da experiência profissional que se possui. Os indivíduos com um maior nível de formação têm uma maior tendência a empreender no seu percurso profissional (Ferreira, Santos & Serra, 2010). Contudo, para a Comissão das Comunidades Europeias (2006), nem todos os indivíduos que obtêm competências empreendedoras decidem empreender no futuro. Como se verificou atrás, para a OECD (2012) existe uma menor possibilidade das mulheres dos países da OECD serem empreendedoras.

H.1.3.: *Os alunos com familiares empresários, com uma atividade profissional remunerada e que frequentaram programas de mobilidade internacional de estudantes têm uma maior tendência em enveredar pelo empreendedorismo.* Tenciona-se verificar a influência que os familiares empresários, a deteção de uma atividade profissional remunerada e os programas de mobilidade internacional têm no empreendedorismo. Como já se referiu, Ferreira, Santos & Serra (2010) reconhecem que o ambiente familiar na infância, onde se encontram presentes empresários, acarreta, por norma, uma maior possibilidade de empreender. Por sua vez, Duarte & Esperança (2012) apontam o desemprego e a necessidade de deixar de trabalhar por conta de outrem como motivos para constituir uma empresa. Apresenta-se, ainda, a frequência de programas de mobilidade internacional de estudantes como sendo um estímulo ao empreendedorismo (Saraiva, 2011).

H.2. - No segundo conjunto de hipóteses considerou-se uma hipótese geral: *os receios, as dificuldades e os fatores que condicionam o sucesso de uma empresa estão relacionados com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional e com a tendência empreendedora.* Reconhece-se, como já foi mencionado anteriormente, que existem diversos receios, dificuldades e fatores que condicionam o sucesso de uma

empresa. Para conseguir responder com mais precisão a esta hipótese foram criadas as seguintes hipóteses específicas:

H.2.1.: *Os receios em desenvolver um negócio estão relacionados com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional, com o emprego preferido, com a criação de empresas e com a perceção do futuro dos alunos.* Confirma-se a presença de diversos receios no processo empreendedor. Entre estes receios, encontra-se a instabilidade do emprego, a possibilidade de ser mal sucedido, o receio social de cair numa situação de falência e a dificuldade de enfrentar contextos de incerteza. Neste contexto, o Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias (2003) defende que é fundamental a sociedade adotar uma atitude positiva em relação aos empreendedores. Deve, ainda, enaltecer o sucesso empresarial e diminuir o estigma perante o insucesso.

H.2.2.: *As dificuldades em iniciar um negócio estão relacionadas com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional, com o emprego preferido, com a criação de empresas e com a perceção do futuro dos alunos.* Como já se referiu, há diversas dificuldades em iniciar um negócio. A falta de apoio financeiro constitui uma delas. Neste sentido, um incentivo passa pelo apoio do Governo. Considera-se, assim, que as iniciativas desenvolvidas pelo Governo são indispensáveis para a promoção do empreendedorismo.

H.2.3.: *A importância que os alunos atribuem a alguns fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa está relacionada com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional, com o emprego preferido, com a criação de empresas e com a perceção do futuro dos alunos.* Ambiciona-se, ainda, verificar quais os fatores a que os alunos atribuem maior importância quando se pretende constituir uma empresa. Como se disse atrás, o contexto económico e o contexto político são alguns dos fatores que condicionam o espírito empreendedor.

H.3 - Em relação ao terceiro conjunto de hipóteses teve-se em consideração a seguinte hipótese geral: *as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo condicionam a iniciativa empreendedora dos alunos da UCP-PV.* Como se referiu, o sistema educativo tem um papel de extrema importância na promoção de competências empreendedoras (Gerba (2012); Pereira, Ferreira & Figueiredo (2007); Ramayah, Ahmad & Fei (2012)). Para conseguir responder com mais precisão a esta hipótese foram criadas as seguintes hipóteses específicas:

H.3.1.: *As iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo na escolha de diferentes tipos de emprego são iguais.* Deseja-se constatar se as iniciativas desenvolvidas pelas universidades têm influência nos alunos quando estes escolhem um emprego. A educação para o empreendedorismo oferece aos jovens algumas competências que lhes permitem constituir um negócio. Porém, nem todos os indivíduos que têm estas habilitações optam por ser empreendedores.

H.3.2.: *As iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo no desenvolvimento de um novo negócio são iguais.* Procura-se apurar se as iniciativas da universidade dirigidas ao empreendedorismo têm influência na constituição de uma empresa. Os alunos podem optar por iniciar um novo negócio ou investir num negócio já constituído. Para Sarkar (2010), é indispensável que em ambos os casos haja inovação. Relativamente ao papel desempenhado pela universidade, tal como já foi dito, há programas presentes no ensino superior que visam a constituição de empresas, sendo de destacar o programa *Poliempreende*.

H.3.3.: *As iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo na perceção do futuro dos alunos são iguais.* Pretende-se, por fim, verificar se as iniciativas da universidade desenvolvidas para promover o empreendedorismo alteram a perceção que os alunos têm acerca do seu futuro profissional. Ao ter em consideração que o empreendedorismo é uma alternativa ao trabalho por conta de outrem, é importante que seja ministrada formação neste domínio. Desta forma, os alunos poderão ter uma diferente perceção acerca do seu futuro e das várias opções profissionais por que podem enveredar.

Metodologia

O universo inquirido neste estudo são os alunos universitários das licenciaturas e dos mestrados da UCP – PV. Mas optou-se por inquirir os alunos dos primeiros e segundos ciclos de ensino, com vista a comparar as suas respostas, pois pensou-se que estes poderão encarar o empreendedorismo e a criação de empresas de uma forma diferenciada, dada a sua diferente formação profissional e também por abranger diversas faixas etárias.

Assim, tendo também em conta a limitação temporal e os recursos existentes, a amostra foi constituída por alunos das licenciaturas e mestrados da UCP – PV, num total de 348 respondentes. As características relevantes da segmentação foram a faixa etária, o grau de ensino frequentado e a experiência profissional. Tendo em consideração que existiam 559 alunos nestes dois ciclos de ensino, o número de elementos da amostra foi de 348 respondentes, o que corresponde a cerca de 62,25% da totalidade dos alunos. Esta amostra não permite proceder à generalização dos resultados para o universo, uma vez que a sua validade externa é, pois, limitada. Porém, o que se pretende alcançar com esta amostra é verificar se estes alunos se encontram propensos ao empreendedorismo, a partir da análise da relação entre as variáveis presentes no questionário.

A amostra selecionada é não probabilística, por conveniência, tendo sido selecionada por critérios de acessibilidade e de proximidade aos respondentes. A amostragem por conveniência não é representativa da população e, por isso, não garante

que a amostra seja representativa, o que leva a que os resultados obtidos só se possam aplicar somente a esta. Contudo, é um método rápido, barato e fácil (Sousa & Baptista, 2011).

O procedimento utilizado para a recolha de dados foi a sala de aula. Os questionários foram distribuídos nos dias 22, 23 e 24 de Outubro de 2012, junto dos alunos das licenciaturas. Já nos dias 10 e 11 de Novembro de 2012 efetuou-se junto dos alunos de mestrado. Contudo, os inquéritos também foram aplicados via *on-line*, pois alguns mestrandos, especialmente os que se encontravam a frequentar o segundo ano, no semestre sem aulas dedicado à realização da Dissertação, e que, por isso, não frequentavam as instalações da universidade, pelo que só assim foi possível aceder-lhes.

O instrumento utilizado para conhecer a propensão para o empreendedorismo presente nos alunos da UCP – PV foi o questionário, o qual se apresenta em anexo. O questionário utilizado foi baseado e adaptado do questionário utilizado na dissertação de Manuela Marques, de 2011, intitulada *Atitudes Empreendedoras dos Estudantes de Economia e Gestão: uma comparação entre países* e na dissertação de André Rosário, de 2007, intitulada *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto*. Posteriormente, foram selecionadas nestes dois questionários as questões que iam ao encontro dos objetivos pretendidos com este estudo.

O questionário foi dividido em quatro grupos: o primeiro grupo pretendia conhecer os dados sociodemográficos dos alunos; o segundo grupo pretendia conhecer os dados socioprofissionais dos alunos; o terceiro grupo pretendia testar a imagem que os alunos tinham acerca do empreendedorismo; e o quarto grupo visava averiguar qual o interesse que os alunos tinham em criar uma nova empresa. Apresentam-se, no ponto seguinte, os resultados obtidos em cada um destes grupos.

Para o tratamento estatístico dos dados recorremos aos seguintes programas informáticos SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows – versão 18 e ao Microsoft Office Excel 2007. Foram considerados válidos 348 questionários. Com vista a testar as hipóteses previamente definidas utilizámos os seguintes testes de hipóteses: o teste Qui-quadrado, o teste *t-Student*, o teste da *Anova*, o teste *Kaiser Meyer Olkin* (KMO), o teste de *Kruskal Wallis* (KW) e o teste de correlação de *Pearson*.

Apresentação dos resultados dos questionários

Apresentamos agora os dados sociodemográficos obtidos a partir da amostra em estudo. A amostra era constituída por 247 alunos do sexo feminino (71,0%) e 101 do sexo masculino (29,0%). Relativamente às idades, verifica-se que a idade mínima é de 17 anos e a idade máxima é de 56 anos. A média das idades dos alunos é de 24,32 anos e o desvio-padrão é de 8,033 anos, sendo o intervalo de idades mais assinalado o dos 17 aos 21 anos

(52,3%), seguido pelo intervalo dos 22 aos 26 anos (26,9%). O intervalo de idades menos assinalado é o dos 46 aos 56 anos com 3,5%¹. No que diz respeito à licenciatura ou mestrado frequentado constata-se que a maior parte dos alunos (54,3%) frequentava a licenciatura em medicina dentária, seguindo-se os alunos que frequentavam o mestrado em ciências da educação (13,2%). Por sua vez, com menor percentagem, encontravam-se os alunos que frequentavam o mestrado em serviço social (0,9%)².

Relativamente aos resultados referentes aos dados socioprofissionais dos alunos, verifica-se que, em relação ao estatuto de trabalhador-estudante, a maior parte dos alunos (83,2%) não usufrui dele, tendo o estatuto normal, e apenas os restantes 16,8% eram trabalhadores estudantes. No que concerne à experiência profissional, constata-se que 51,6% dos alunos não tinham qualquer experiência, seguindo-se 21,4% que tinham emprego a tempo inteiro há mais de um ano. Com menor percentagem (3,5%) encontram-se os alunos que tinham emprego a tempo inteiro há menos de um ano³. Também foi possível concluir que 84,2% dos alunos não desempenhou nem desempenhava nenhuma atividade em associações/organizações da UCP. Quanto à frequência de algum programa de mobilidade internacional de estudantes, como por exemplo o programa Erasmus, constata-se que 96,5% dos alunos não os frequentou. Verifica-se igualmente que 54,0% dos alunos não tiveram nem tinham uma atividade profissional remunerada. Contudo, constatou-se que a maioria dos alunos (59,4%) possuía algum familiar próximo cuja profissão era a de empresário.

Com a terceira e última parte do questionário pretendia-se conhecer o interesse dos alunos na criação de empresas. Neste contexto, ao questionar os alunos acerca do trabalho que preferiam, verifica-se que 63,1% preferiam combinar o trabalho por conta de outrem (TCO) com o trabalho por conta própria (TCP), 29,1% preferiam ser exclusivamente TCP e apenas 7,8% preferiam ser exclusivamente TCO. Desta forma, concluiu-se que apenas 29,1% dos alunos da amostra analisada tinham tendência empreendedora. Estes resultados vão ao encontro dos obtidos por Rosário (2007), uma vez que, segundo este autor, a propensão para o empreendedorismo apenas se verificava na opção que elegia unicamente a preferência pelo TCP. Estes e outros estudos constataam que os casos de empreendedorismo jovem ainda são pouco frequentes, pelo que se torna fundamental promover o empreendedorismo através do sistema educativo (Bucha, 2009; Comissão das Comunidades Europeias, 2006; Duarte & Esperança, 2012; Pereira, Ferreira & Figueiredo, 2007; Saraiva, 2011).

No que diz respeito à questão “Se hoje pensasse em desenvolver o seu próprio negócio o que preferiria?”, a maioria dos alunos preferiam iniciar um novo negócio (68,1%),

¹ Na faixa etária dos 27 aos 34 anos eram 7,8% e na faixa etária dos 35 aos 45 anos eram 9,5%.

² Na licenciatura em arquitetura eram 12,1%, na licenciatura em gestão eram 5,7%, no mestrado em gestão eram 5,2%, na licenciatura em serviço social eram 4,6% e na licenciatura em ciências biomédicas eram 4,0%.

³ Com *part-time* eram 15,7% e os que se encontravam a fazer estágio eram 7,8%.

e apenas 31,9% preferiam investir num negócio existente. Quanto à criação de empresas, constata-se que 49,4% dos alunos não criaram empresas, mas imaginavam-se a criar, e que 18,7% pensavam que tinham ideias que podiam ser bem-sucedidas se constituíssem uma empresa. Constata-se, ainda, ao analisar o quadro 1, que apenas 3,4% dos alunos tinham tomado medidas para criar uma empresa. Ao ter em conta que, para Marques (2011), os alunos que têm tendência a empreendedor no futuro são os que já criaram empresas ou os que têm tomado medidas para iniciar um negócio, também neste estudo tal se verifica, sendo que apenas 9,7% dos alunos escolheram estas afirmações (6,3% dos alunos criaram empresas e 3,4% têm tomado medidas para iniciar um negócio).

Quadro1 - Criação de empresas

Alguma vez criou a sua empresa	Frequência	Percentagem
Não e não tenho interesse em fazê-lo	53	15,2
Não, mas imagino-me a criar uma empresa	172	49,4
Não, mas tenho uma ideia que acredito que poderia ser bem-sucedida	65	18,7
Atualmente, estou a pensar nisso	24	6,9
Tenho tomado medidas para iniciar uma empresa	12	3,4
Sim, tenho empresa/s criada/s	22	6,3
Total	348	100,0

Através da análise do quadro 2, verifica-se que a afirmação “A possibilidade de entrar na falência” apresentava a maior média em relação aos receios em desenvolver um negócio (3,90), seguindo-se a afirmação “Incerteza da remuneração” com uma média de 3,74. Assim, corrobora-se o referido por Duarte & Esperança (2012) e Ferreira, Santos & Serra (2010), uma vez que também consideram que a possibilidade de falência e a aversão ao risco e à incerteza condicionam o espírito empreendedor dos indivíduos. Com menor média (3,12) encontra-se a afirmação “A necessidade de investir muito tempo e energia num projeto”. Esta mesma afirmação é a que apresenta o desvio-padrão com valor mais elevado (1,196)⁴.

⁴ Com esta questão pretendia-se que os alunos indicassem o seu grau de receio no desenvolvimento de um negócio, em que o número um representava “nenhum receio”, o dois “muito pouco receio”, o três “algum receio”, o quatro “bastante receio” e o cinco “muito receio”.

Quadro 2 - Receios em desenvolver um negócio

Afirmações	Média	Moda	Desvio-padrão	Valor mínimo	Valor máximo
Incerteza da remuneração	3,74	4	1,017	2	5
Instabilidade do emprego	3,64	4	0,989	1	5
A necessidade de investir muito tempo e energia num projeto	3,12	3	1,196	1	5
A possibilidade de falhar pessoalmente	3,44	3	1,100	1	5
A possibilidade de entrar na falência	3,90	5	1,024	1	5

Em relação às dificuldades em iniciar um negócio, constata-se, através do quadro 3, que a afirmação “O clima económico atual não é favorável ao desenvolvimento do nosso próprio negócio” apresentava a maior média (3,97). Seguidamente, com uma média de 3,86 encontrava-se a afirmação “Falta de apoio financeiro”. Ao ter em consideração que o empreendedorismo possui um papel de extremo relevo para o desenvolvimento da economia, torna-se indispensável adotar estratégias que fomentem atitudes empreendedoras (Davey, Plewa & Struwig, 2011; Eurostat, 2012; Rao, Rao & Ganesh, 2011). Neste âmbito, é pertinente destacar o papel do Governo, uma vez que dá alguns incentivos para estimular o empreendedorismo, tal como já se referiu. Por sua vez, com menor média (2,89) encontra-se a afirmação “Falta de ideias inovadoras”. A afirmação com maior variabilidade de resposta, ou seja com o maior desvio-padrão (1,078), foi a afirmação “Falta de apoio institucional para o fazer”⁵.

⁵ Nesta questão pretendia-se que os alunos indicassem o seu grau de concordância ou discordância com as dificuldades inerentes ao início de um negócio, em que o número um representava o “discordo totalmente”, o dois “discordo”, o três “nem concordo nem discordo”, o quatro “concordo” e o cinco “concordo totalmente”.

Quadro 3 - Dificuldades em iniciar um negócio

Afirmações	Média	Moda	Desvio-padrão	Valor mínimo	Valor máximo
Falta de apoio financeiro	3,86	4	0,973	2	5
O processo administrativo é muito complexo	3,70	4	0,950	1	5
Pouca informação sobre como o fazer	3,41	3	0,971	1	5
Falta de competências na área de gestão	3,34	3	1,033	1	5
Falta de ideias inovadoras	2,89	3	1,051	1	5
Falta de apoio institucional para o fazer	3,51	4	1,078	1	5
Grande risco de falhar	3,50	4	0,981	1	5
O clima económico atual não é favorável ao desenvolvimento do nosso próprio negócio	3,97	5	1,065	1	5

Quanto aos fatores que os alunos apontavam como sendo os mais importantes para o sucesso de uma nova empresa, verifica-se, através da análise do quadro 4, que a afirmação “A qualidade da equipa de gestão” apresenta a maior média (4,47), seguindo-se a afirmação “A qualidade da equipa técnica” com uma média de 4,44. A afirmação “O contexto político” contempla a menor média (3,85). Relativamente ao maior valor de desvio-padrão este encontra-se na afirmação “O contexto político”, com 1,008⁶.

Quadro 4 - Fatores condicionantes do sucesso de uma nova empresa

Afirmações	Média	Moda	Desvio-padrão	Valor mínimo	Valor máximo
A personalidade do gestor/empreendedor	4,34	5	0,784	1	5
A qualidade da equipa de gestão	4,47	5	0,712	2	5
A qualidade da equipa técnica	4,44	5	0,713	1	5
Existência de apoios financeiros	4,25	4	0,742	1	5
O contexto económico	4,27	5	0,780	1	5
O contexto político	3,85	4	1,008	1	5
As parcerias externas	4,06	4	0,833	1	5

⁶ Com esta questão pretendia-se que os alunos indicassem o grau de importância que atribuíam a alguns fatores que interferem com o sucesso de uma empresa, em que o número um representava “nada importante”, o dois “pouco importante”, o três “importante”, o quatro “muito importante” e o cinco “extremamente importante”.

Relativamente ao interesse dos alunos na criação de novas empresas perante as iniciativas da universidade, verifica-se que a afirmação “Colocar os estudantes empreendedores em contacto uns com os outros” apresenta a maior média, 4,03, seguindo-se a afirmação “Colocar os estudantes em contacto com a rede necessária para começar uma nova empresa” com uma média de 4,02. Com menor média, de 3,49, encontra-se a afirmação “Oferecer um estudo de bacharelato ou mestrado em empreendedorismo”. Desta forma, ressalva-se o interesse de outras formas de educar para o empreendedorismo, nomeadamente, a troca de ideias/conhecimentos com empreendedores com experiência, os *workshops* empresariais e os estágios nas empresas (Dominguinhos & Carvalho, 2009; Lewrick, Omar, Raeside & Sailer, 2010). A maior variabilidade de resposta encontra-se na afirmação “Proporcionar aos alunos os meios financeiros necessários para iniciar uma nova empresa”, tal como se pode observar no quadro 5⁷.

Quadro 5 - Iniciativas da universidade dirigidas ao empreendedorismo

Afirmações	Média	Moda	Desvio-padrão	Valor mínimo	Valor máximo
Criar consciencialização do empreendedorismo como uma possível escolha da carreira	3,80	4	0,879	1	5
Fornecer ideias aos alunos para iniciar uma nova empresa	3,78	4	0,918	1	5
Oferecer um estudo de bacharelato ou mestrado em empreendedorismo	3,49	3	0,975	1	5
Oferecer um projeto de trabalho focado em empreendedorismo	3,57	4	0,982	1	5
Organizar conferências/ <i>workshops</i> sobre empreendedorismo	3,92	4	0,853	1	5
Colocar os estudantes em contacto com a rede necessária para começar uma nova empresa	4,02	4	0,805	1	5
Permitir que empresas geridas por alunos usem as instalações da universidade	3,65	4	1,043	1	5
Proporcionar aos alunos os meios financeiros necessários para iniciar uma nova empresa	3,58	4	1,101	1	5
Colocar os estudantes empreendedores em contacto uns com os outros	4,03	4	0,801	1	5

⁷ Esta questão visava conhecer se o interesse dos alunos era condicionado pelas atividades desenvolvidas pela universidade. Os alunos avaliavam cada uma das afirmações e, seguidamente, numa escala de cinco pontos, segundo o modelo de Escala de Likert, assinalavam a opção que mais se identificava com a sua perspetiva, tendo em consideração a seguinte chave: o número um corresponde a “discordo totalmente”, o dois “discordo”, o três “nem concordo nem discordo”, o quatro “concordo” e o cinco “concordo totalmente”.

Por fim, a variável percepção do futuro profissional foi analisada através de uma escala de Likert de cinco pontos. O número um correspondia a “Ser um empregado” e o número cinco a “Ter o meu próprio negócio”. Neste sentido, verifica-se que os alunos, quando questionados acerca da percepção do seu futuro profissional, escolheram na sua maioria, cerca de 35,3%, a opção número 3, seguindo-se a opção número 4 com 32,6% das respostas. A opção 5 foi eleita por 21,9% dos alunos. Com menor percentagem (4,2%) encontram-se os alunos que escolheram a opção número um “Ser um empregado”. Ao ter em consideração que, para Marques (2011), a predisposição para o empreendedorismo se encontrava apenas quando eram eleitas as opções 4 ou 5, pode afirmar-se que 54,5% dos alunos da UCP tinham predisposição a empreender no futuro. A ambição de criar uma empresa pode dever-se à formação adquirida ou ao facto de os respondentes encararem o empreendedorismo como sendo a opção mais adequada de exporem as suas competências, à melhor/maior possibilidade de rendimento ou ainda à presença de oportunidades de mercado, tal como referem Duarte & Esperança (2012).

Discussão dos resultados

Constatou-se que a maior parte dos respondentes do sexo feminino, da faixa etária dos 17 aos 21 anos, que frequentavam a licenciatura em medicina dentária e sem experiência profissional não criaram empresas, mas imaginavam-se a criar. No entanto, quem tinha um maior número de empresas criadas eram os respondentes do sexo masculino, da faixa etária dos 27 aos 34 anos, que frequentavam o mestrado em gestão e que tinham emprego a tempo inteiro há mais de um ano. O resultado referente ao sexo mostra a tendência verificada nos países da OECD no que diz respeito à atividade empresarial, a qual é menor no sexo feminino (OECD, 2012). Ainda neste contexto, o GEM (2012) também refere que em Portugal existe um maior número de homens empreendedores. Em relação à faixa etária também se mostra a tendência, por norma, presente em Portugal quanto à criação de empresas, uma vez que para Ferreira, Santos & Serra (2010) a maioria dos portugueses cria empresas na faixa etária dos 22 aos 45 anos. A maior tendência a constituir empresas pelos alunos de gestão poderá dever-se ao facto de a maior parte da formação sobre empreendedorismo ser dirigida aos alunos desta área (Marques & Moreira, 2011; Volkman, 2004). Por fim, a experiência profissional também condiciona a criação de empresas (Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010).

Quanto à percepção do futuro profissional, verifica-se que, em média, os respondentes do sexo masculino, mais novos (17 aos 21 anos), que frequentavam a licenciatura em ciências biomédicas e que tinham um *part-time*, tendiam a escolher as opções superiores a três. Por sua vez, a menor percepção média acerca do futuro profissional era referida pelos respondentes do sexo feminino, dos 35 aos 45 anos, que

frequentavam o mestrado em serviço social e que tinham emprego a tempo inteiro há mais de um ano. À semelhança da hipótese anterior, também se conclui que eram os homens que mais ambicionavam ter o seu próprio negócio.

Verifica-se também que os respondentes, independentemente da presença de familiares próximos empresários, da deteção de uma atividade profissional remunerada e da frequência de programas de mobilidade internacional de estudantes, preferiam combinar o TCO com o TCP. Relativamente à preferência pelo TCP destacam-se os respondentes que tinham familiares próximos empresários, tal como mencionou Ferreira, Santos & Serra (2010), existindo uma maior propensão em empreender quando os indivíduos na infância convivem com empreendedores. Averiguou-se ainda que eram os respondentes que não tinham uma atividade profissional remunerada e que não frequentaram algum programa de mobilidade internacional que elegiam o TCP. Para Saraiva (2011), o programa Erasmus estimulava o empreendedorismo, contudo, após analisar os resultados obtidos neste estudo, verificou-se uma situação inversa.

Conclui-se igualmente que os respondentes do sexo feminino sentiam, em média, mais receios em desenvolver um negócio. Por sua vez, verifica-se que as várias afirmações concernentes aos receios em desenvolver um negócio apresentavam diferentes tendências face à faixa etária e à experiência profissional. Ao relacionar a variável receios em desenvolver um negócio com o emprego preferido pelos respondentes, conclui-se que apenas na afirmação “A necessidade de investir muito tempo e energia num projeto” havia um maior receio por parte dos respondentes que preferiam o TCO. Nas restantes afirmações, há um maior receio por parte dos respondentes que preferiam combinar o TCO com o TCP. Pode-se ainda afirmar que os receios em desenvolver um negócio eram mais sentidos pelos respondentes que não criaram e não tencionavam criar empresas. Simultaneamente, verificou-se que os receios em desenvolver um negócio se relacionavam de uma forma negativa com a perceção do futuro, ou seja, quando os respondentes apresentavam, em média, um maior receio em desenvolver um negócio, a escolha da opção que avalia a perceção do futuro profissional decrescia. Deste modo, verifica-se que os receios em desenvolver um negócio condicionavam a propensão empreendedora dos respondentes da amostra. Ao ter em conta que em Portugal é fundamental promover o espírito empreendedor (Sarkar, 2010) é necessário adotar estratégias que mostrem aos indivíduos que o empreendedorismo pode constituir uma alternativa a seguir no seu futuro profissional.

Quanto às dificuldades em iniciar um negócio, e relativamente a todas as afirmações apresentadas, o maior grau médio de dificuldade encontrou-se no sexo feminino, à exceção da afirmação “Falta de ideias inovadoras”, a qual apresentava uma maior dificuldade para os respondentes do sexo masculino. Em relação à faixa etária e à experiência profissional não havia uma tendência uniforme. Os respondentes que

preferiam o TCO encontravam uma maior dificuldade média nas afirmações “O processo administrativo é muito complexo”, “Grande risco de falhar” e “O clima económico atual não é favorável ao desenvolvimento do nosso próprio negócio”. Por sua vez, nas restantes afirmações eram os respondentes que preferiam combinar o TCO com o TCP que sentiam mais dificuldades. À semelhança dos receios em desenvolver um negócio, também se verifica que eram os respondentes que não criaram empresas e que não têm interesse em fazê-lo os que mais dificuldades sentiam em iniciar um negócio. As dificuldades inerentes ao início de um negócio relacionavam-se de uma forma negativa com a variável perceção do futuro profissional. Assim, conclui-se que quando a opinião sobre as dificuldades de um negócio aumenta, a perceção dos respondentes acerca do futuro sofre uma quebra. Estes resultados confirmam que a dificuldade em aceder ao financiamento (Ferreira, Santos & Serra, 2010; Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias (2003), a burocracia inerente à constituição de uma empresa (Duarte & Esperança, 2012), a falta de competências de gestão, o reduzido apoio institucional, o receio de falhar (GEM, Portugal, 2012) e o desfavorável clima económico presente na sociedade (Duarte & Esperança, 2012) condicionam a tendência empreendedora dos respondentes.

Verifica-se também que eram os respondentes do sexo feminino que atribuíam uma maior importância aos fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa. Contudo, não há uma tendência uniforme no que diz respeito à faixa etária, à experiência profissional, ao tipo de emprego preferido e à criação de empresas quando relacionados com os fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa. Em relação à perceção do futuro verifica-se que apresenta uma relação positiva com os fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa.

Depois de garantir a qualidade da análise fatorial das iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo, constatou-se que os resultados revelavam uma estrutura fatorial de três afirmações. Estas afirmações receberam a seguinte nomeação: *divulgação do empreendedorismo* (Fator 1); *projetos dirigidos ao empreendedorismo* (Fator 2); e *incentivos ao empreendedorismo* (Fator 3). Seguidamente fez-se a correlação entre as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo com o tipo de emprego preferido. Neste contexto, verificou-se que os respondentes que atribuíam um maior destaque ao fator 1 e 3 eram os que preferiam TCO e no fator 2 eram os respondentes que preferiam o TCP. Ao relacionar as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo em cada negócio preferido conclui-se que em todos os fatores eram os respondentes que preferiam investir num negócio já constituído que davam uma maior importância a estas iniciativas. Constata-se também que no fator 1 eram os respondentes que atualmente estão a pensar criar empresas que mais destaque davam às iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo, no fator 2 eram os respondentes que tinham empresas criadas e no fator 3 eram os respondentes que

tinham tomado medidas para criar uma empresa. Por fim, verifica-se que, perante um aumento das iniciativas da universidade presentes no fator 3, os respondentes apresentavam uma menor percepção acerca do seu futuro profissional. Deste modo, é possível concluir que as iniciativas da universidade dirigidas ao empreendedorismo são de extrema importância para a promoção de competências empreendedoras nos alunos (Bucha, 2009; Comissão das Comunidades Europeias, 2006; Dominginhos & Carvalho, 2009).

Conclusão

Apesar dos inúmeros estudos realizados acerca do empreendedorismo ainda não há unanimidade acerca da definição do conceito, tal como das características de um empreendedor. Apenas se reconhece que o perfil empreendedor não é inato ao indivíduo (Ferreira, Santos & Serra, 2010; Volkmann, 2004). Contudo, apontam-se algumas características mais comuns ao empreendedor, nomeadamente: a capacidade de inovação, a proatividade, a afabilidade, a autoconfiança, a responsabilidade, a necessidade de autonomia e de independência, o otimismo, a responsabilidade, a capacidade de iniciativa, a capacidade para identificar oportunidades e a disposição à mudança.

Na atualidade, o empreendedorismo constitui um dos motores fundamentais para o desenvolvimento da economia e da sociedade (Davey, Plewa & Struwig, 2011; Eurostat, 2012; Rao, Rao & Ganesh, 2011). Ao ter em consideração a importância do empreendedorismo torna-se fulcral a promoção de uma sociedade mais empreendedora. Mas, no caso de Portugal ainda persistem alguns entraves ao espírito empreendedor, sobretudo no que diz respeito à cultura. Os portugueses têm medo de falhar, são avessos ao risco e aos estados de incerteza e têm receio de cair numa situação de falência (Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010). Neste âmbito, é fundamental estimular o empreendedorismo, uma vez que a criação de empresas gera novos empregos e, consequentemente, contribui para o desenvolvimento da economia. Por conseguinte, torna-se indispensável a presença de formação que impulse e faculte a adoção de atitudes empreendedoras que acarretem, por um lado, a criação de empresas e, pelo outro, a criação de novos e mais qualificados postos de trabalho. No entanto, considerava-se que o ensino formal na Europa não estimula o empreendedorismo. Assim, é necessário transformar o ensino tradicional num ensino empreendedor.

A partir da pesquisa teórica efetuada e de modo a responder aos objetivos definidos para este estudo, foram definidos e posteriormente investigados três conjuntos de hipóteses. O primeiro conjunto de hipóteses estava relacionado com o perfil dos alunos e com a sua tendência empreendedora. O segundo conjunto de hipóteses tinha em conta os receios, as dificuldades e os fatores que condicionam o sucesso de uma empresa em relação aos dados sociodemográficos, à experiência profissional e à tendência empreendedora dos alunos. Por

fim, o terceiro conjunto de hipóteses analisava as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo com a iniciativa empreendedora dos alunos.

Neste contexto e à luz dos resultados obtidos, o primeiro conjunto de hipóteses aponta que o sexo dos respondentes não está relacionado com a criação de empresas. No entanto, a faixa etária, o grau de ensino frequentado e a experiência profissional influenciavam a criação de empresas. Com base nos questionários tratados, verificou-se, ainda, que a perceção do futuro profissional dos respondentes era influenciada pela faixa etária, pela licenciatura ou mestrado frequentado e também pela experiência profissional detida. Em relação ao sexo constatou-se que não influenciava a perceção que os respondentes tinham acerca do seu futuro profissional. Assim, é possível concluir que o género dos respondentes não interferia com a constituição de empresas, ao contrário do referido pelo GEM Portugal (2012) e pela OECD (2012) que consideravam que as mulheres têm uma menor tendência empreendedora do que os homens. Mas corrobora-se o referido por Ferreira, Santos & Serra (2010), que defendem que o nível de formação, a faixa etária e a experiência profissional prévia condicionam a decisão dos indivíduos de constituir empresas. Também é possível afirmar que a presença de familiares empresários e a deteção de uma atividade profissional remunerada não influencia a escolha dos respondentes acerca de um tipo de trabalho. Desta forma, não se confirma a perspetiva de Ferreira, Santos & Serra (2010), uma vez que defendiam que os indivíduos que na infância conviviam com empresários tinham uma maior predisposição a empreender. Por sua vez, também se constatou que os programas de mobilidade internacional de estudantes não influenciavam a tendência empreendedora dos respondentes. Por isso, também não se consolida o referido por Saraiva (2011). Para este autor o programa Erasmus para Jovens Empreendedores era importante na promoção de uma cultura empreendedora.

No segundo conjunto de hipóteses, demonstrou-se que os receios em desenvolver um novo negócio não eram influenciados pela faixa etária, assim como pela experiência profissional e pelo emprego preferido pelos respondentes. No entanto, é possível constatar que nas afirmações “Incerteza da remuneração” e “A necessidade de investir muito tempo e energia num projeto” não existia qualquer tipo de influência por parte do género dos respondentes. Mas as restantes afirmações eram influenciadas por esta variável. Também se concluiu que apenas as afirmações, “A necessidade de investir muito tempo e energia num projeto” e “A possibilidade de falhar pessoalmente” não eram condicionadas pela criação de empresas. Por fim, averiguou-se que apenas as afirmações “Incerteza da remuneração”, “Instabilidade do emprego” e “A possibilidade de entrar na falência” se encontravam relacionadas com a perceção do futuro profissional. Desta forma, pode-se afirmar que o sexo, a criação de empresas e a perceção do futuro condicionavam os receios dos respondentes em desenvolver um novo negócio. Existem diversos receios em desenvolver um negócio, nomeadamente a dificuldade em aceder ao financiamento, a aversão ao risco e

o receio de cair numa situação de falência (Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010).

No que diz respeito às dificuldades em iniciar um negócio, constatou-se que o emprego preferido pelos respondentes não as influenciava. Assim, foi possível verificar que os respondentes, quando elegiam para o seu percurso profissional um determinado tipo de trabalho, não eram influenciados pelas dificuldades que poderiam ter de enfrentar caso optassem por constituir o seu próprio negócio. Quanto ao sexo conclui-se que este apenas não influenciava as afirmações “Falta de ideias inovadoras”, “Falta de apoio institucional para o fazer” e “O clima económico atual não é favorável ao desenvolvimento do nosso próprio negócio”. Já a faixa etária condicionava as afirmações “Falta de apoio financeiro”, “O processo administrativo é muito complexo” e “Falta de ideias inovadoras”. Por sua vez, também se averiguou que apenas a afirmação “O clima económico atual não é favorável ao desenvolvimento do nosso próprio negócio” era influenciada pela experiência profissional. A variável criação de empresas não intervinha com as afirmações “Falta de apoio financeiro”, “O processo administrativo é muito complexo”, “Pouca informação sobre como o fazer” e “Falta de apoio institucional para o fazer”. Por fim, a perceção do futuro dos respondentes estava relacionada apenas com as afirmações “Pouca informação sobre como o fazer”, “Falta de competências na área de gestão”, “Falta de ideias inovadoras” e “Grande risco de falhar”.

Finalmente, a importância que os respondentes atribuíam a alguns fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa eram diferentes em cada um dos sexos. Por sua vez, quanto ao emprego preferido, à criação de empresas e à perceção do futuro profissional constatava-se que não existia qualquer tipo de influência em relação à opinião dos respondentes acerca dos fatores que condicionam o sucesso das novas empresas. Relativamente à faixa etária dos respondentes verifica-se que apenas influenciava a afirmação “Existência de apoios financeiros”. Por último, a experiência profissional condicionava a opinião referida pelos respondentes nas afirmações “A qualidade da equipa técnica” e “Existência de apoios financeiros”.

No terceiro conjunto de hipóteses, verificou-se que a opinião que os respondentes tinham para com as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo não era influenciada pelo seu emprego preferido. Assim, verifica-se que é importante deter competências empreendedoras uma vez que estas são indispensáveis, quer se tenha ou não um negócio próprio. Dada a atual competitividade global, torna-se indispensável a presença de empreendedores nas empresas, proprietários ou colaboradores, pois estes por norma são inovadores, o que se torna numa mais-valia para as empresas conseguirem alcançar o sucesso. Em relação ao negócio preferido, verifica-se que este apenas influenciava o fator 1. Constatou-se, ainda, que a variável criação de empresas apenas interferia com a opinião dos respondentes sobre as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo no

fator 2. Em último lugar, também foi possível concluir que a percepção do futuro profissional apenas estava relacionada com o fator 1.

Este questionário confirma a hipótese de que *as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo na escolha de diferentes tipos de emprego são iguais* e confirma parcialmente sete hipóteses: *os dados sociodemográficos e a experiência profissional estão relacionados com a criação de empresas; os dados sociodemográficos e a experiência profissional estão relacionados com a percepção do futuro profissional dos alunos; os receios em desenvolver um negócio estão relacionados com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional, com o emprego preferido, com a criação de empresas e com a percepção do futuro dos alunos; as dificuldades em iniciar um negócio estão relacionadas com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional, com o emprego preferido, com a criação de empresas e com a percepção do futuro dos alunos; a importância que os alunos atribuem a alguns fatores que condicionam o sucesso de uma nova empresa está relacionada com os dados sociodemográficos, com a experiência profissional, com o emprego preferido, com a criação de empresas e com a percepção do futuro dos alunos; as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo no desenvolvimento de um novo negócio são iguais; e as iniciativas da universidade vocacionadas para o empreendedorismo na percepção do futuro dos alunos são iguais.* Por fim, não confirma a hipóteses de que *os alunos com familiares empresários, com uma atividade profissional remunerada e que frequentaram programas de mobilidade internacional de estudantes têm uma maior tendência em enveredar pelo empreendedorismo.*

A principal limitação desta investigação prende-se com o facto da amostra em estudo apenas ter abrangido os alunos da UCP – PV. Neste âmbito, os resultados obtidos não se podem generalizar para o universo do ensino superior português. Deste modo, considera-se pertinente que, em futuras investigações, a amostra seja alargada a um maior número de instituições de ensino superior, bem como a todos os níveis de ensino, devendo também ser realizada a nível nacional. Sugere-se, ainda, que a educação para o empreendedorismo passe a integrar todos os currículos académicos, para que, desta forma, seja promovido o desenvolvimento de características empreendedoras nos alunos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Anderson, A. R. & Jack, S. L. (2008). Role typologies for enterprising education: The professional artisan? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 259-273.
- Boyles, T. (2012). 21st Century knowledge, skills, and abilities and entrepreneurship competencies: a model for undergraduate entrepreneurship education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 41-55.

- Brush, C. G., Duhaime, I. M., Gartner, W. B. & Stewart, A. (2003). Doctoral education in the field of entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 309-331.
- Bucha, A. I. (2009). *Empreendedorismo, aprender a saber ser empreendedor* (1ª ed.). Lisboa: Editora RH.
- Bulut, Y. & Sayin, E. (2010). An Evaluation of Entrepreneurship Characteristics of University Students: An Empirical Investigation from the Faculty of Economic and Administrative Sciences in Adnan Menderes University. *International Journal of Economic Perspectives*, 4(3), 559-568.
- Comissão das Comunidades Europeias (13 de Fevereiro de 2006). *Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem*. Obtido em 19 de Fevereiro de 2013, de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2006/com2006_0033pt01.pdf>.
- Comissão das Comunidades Europeias (21 de Janeiro de 2003). *Livro Verde, Espírito Empresarial na Europa*. Obtido em 26 de Fevereiro de 2013. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2003/com2003_0027pt01.pdf>.
- Davey, T., Plewa, C. & Struwig, M. (2011). Entrepreneurship perceptions and career intentions of international students. *Education + Training*, 53(5), 335-352.
- Dominginhos, P. M., & Carvalho, L. M. (2009). Promoting business creation through real world experience. *Education & Training*, 51(2), 150-169.
- Duarte, C. & Esperança, J. P. (2012). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro - Transformar oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Eurostat (2012). *Entrepreneurship determinants: culture and capabilities*. Obtido em 10 de Abril de 2013, de <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-31-12-758/EN/KS-31-12-758-EN.PDF>.
- Ferreira, M. P., Santos, J. C. & Serra, F. R. (2010). *Ser Empreendedor - Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Galloway, L., Anderson, M., Brown, W. & Wilson, L. (2005). Enterprise skills for the economy. *Education + Training*, 47(1), 7-17.
- Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 27-39.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor (2012). *GEM Portugal 2012 - Estudo sobre o Empreendedorismo*. Obtido em 12 de Março de 2015, de <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/3120>>.
- Gerba, D. T. (2012). The context of entrepreneurship education in Ethiopian universities. *Management Research Review*, 35(3/4), 225-244.
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(4), 223-269.
- Gonçalves, V. (2009). Empreendedorismo: do ensino básico ao ensino superior. In *X Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação*. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Educação.
- Hasni, C. I., Faridahwati, M. S. & Mohammed, S. C. (2012). An exploratory study of motivational factors on women entrepreneurship venturing in malaysia. *Business and Economic Research*, 2(1).
- Katz, A. J. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends and challenges. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(5), 577-597.
- Lewrick, M., Omar, M., Raeside, R. & Sailer, K. (2010). Education for Entrepreneurship and Innovation: "Management Capabilities for Sustainable Growth and Success". *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 6(1/2), 1-18.
- Marques, A. P. & Moreira, R. (2011). Transição para o mercado de trabalho: empreendedorismo numa perspectiva de género. *XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho* (pp. 432-451). Lisboa: Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho.
- Marques, M. A. (2011). *Atitudes Empreendedoras dos Estudantes de Economia e Gestão: uma comparação entre países*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Porto, Faculdade de Engenharia.
- Mars, M. M. & Rios-Aguilar, C. (2010). Academic entrepreneurship (re)defined: Significance and implications for the scholarship of higher education. *Higher Education*, 59(4), 441-460.

- Martin, B. C., McNally, J. J. & Kay, M. J. (2012). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28, 211-224.
- Matlay, H. (2006). Researching entrepreneurship and education Part 2: what is entrepreneurship education and does it matter? *Education + Training*, 48(8/9), 704-718.
- Nazir, M. A., & Ramzan. (2012). Contribution on entrepreneurship in economic growth. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(3), 273-294.
- O'Connor, A. (2012). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28(4), 546-563.
- OECD. (2012). *Entrepreneurship at a Glance, Women and Entrepreneurship*. Obtido em 10 de Abril de 2013, de <<http://www.oecd.org/std/business-stats/50537806.pdf>>.
- Parreira, P., Pereira, F. C. & Brito, N. V. (2011). *Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior* Lisboa: Edições Sílabo.
- Pereira, M. M., Ferreira, J. S. & Figueiredo, I. O. (2007). *Guião «Promoção do Empreendedorismo na Escola»*. Lisboa: Editorial do Ministério da Educação, Direcção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular.
- Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação (s.d.). *Programa +e+i*. Obtido em 16 de Maio de 2013, de <<http://www.ei.gov.pt/index/>>.
- Ramayah, T., Ahmad, N. H. & Fei, T. H. (2012). Entrepreneur Education: does prior experience matter? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 65-81.
- Rao, S., Rao, G., & Ganesh, M. (2011). Women Entrepreneurship in India (A case study in Andhra Pradesh). *The Journal of Commerce*, 3(3), 43-49.
- Raposo, M., Paço, A. & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 405-418.
- Salim, C. S. & Silva, N. C. (2010). *Introdução ao Empreendedorismo, Despertando a Atitude Empreendedora*. Brasil: Elsevier.
- Rosário, A. E. (2007). *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Faculdade de Engenharia. Obtido em 13 de Março de 2013, de <<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/11505/1/>>.pdf>.
- Saraiva, P. M. (2011). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (2ª ed.). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e Inovação*. (2ª ed.). Lisboa: Escolar Editora.
- Sexton, D. & Landstrom, H. (2000). *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação (2004). *Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal em 2004 - Projecto GEM Portugal 2004*. Obtido em 13 de Março de 2013, de <<http://www2.spi.pt/gem/docs/RelatorioSinteseGEM.pdf>>.
- Sousa, M. J. & Baptista, C. S. (2011). *Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios - Segundo Bolonha* (2ª ed.). Lisboa: PACTOR - Edições de Ciências Sociais e Política Contemporânea.
- Testas, Carla Patrícia (2013). *O Empreendedorismo no Ensino Superior – o Caso do Pólo de Viseu da Universidade Católica Portuguesa*. Dissertação de Mestrado não publicada. Viseu: UCP/PL. Disponível em: <<http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/16674/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Empreendedorismo%20-%20Carla%20Testas.pdf>>.
- Volkmann, C. (2004). Entrepreneurial studies in higher education. *Higher Education in Europe*, 29(2), 177-185.

Recebido: 4 de julho de 2014.

Aceite: 15 de maio de 2015.

ANEXO 1

INQUÉRITO

UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA
CENTRO REGIONAL DAS BEIRAS – PÓLO DE VISEU
Departamento de Economia, Gestão e Ciências Sociais
Mestrado em Gestão

O EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR – O CASO DO PÓLO DE VISEU DA
UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Este inquérito pretende conhecer a sua opinião acerca do empreendedorismo. Gostaríamos que colaborasse, respondendo ao seguinte questionário com sinceridade. Este questionário é rigorosamente anónimo. Depois de preenchido, este será analisado para a realização de um trabalho para a Universidade Católica Portuguesa – Pólo de Viseu, no âmbito do Mestrado em Gestão, especialização em Gestão de Negócios.

I. DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. **Sexo:** Masculino Feminino

2. **Idade:** _____ anos

3. **Qual a licenciatura ou mestrado que frequenta?**

- Arquitetura
- Ciências Biomédicas
- Gestão
- Serviço Social
- Medicina Dentária
- Mestrado em Gestão
- Mestrado em Serviço Social
- Mestrado em Ciências da Educação

Ano que frequenta? _____ ano

4. **Ano em que começou os estudos na UCP?** _____

II. DADOS SOCIOPROFISSIONAIS

5. Estatuto Estudante:

- Normal
- Trabalhador-Estudante
- Outro: _____

6. Experiência profissional (pode marcar uma ou mais respostas):

- Nenhuma
- Estágio
- Part-time
- Emprego a tempo inteiro, menos de 1 ano
- Emprego a tempo inteiro, mais de 1 ano
- Outra: _____

7. Já desempenhou ou desempenha alguma atividade em associações/organizações da UCP?

- Sim
- Não

8. Já frequentou ou frequenta algum programa de mobilidade internacional de estudantes (e.g., ERASMUS)?

- Sim
- Não

9. Já teve ou tem alguma atividade profissional remunerada?

- Sim
- Não

10. Tem algum familiar próximo (pais, irmãos, tios, avós) que seja empresário?

- Sim
- Não

III. PERGUNTAS GERAIS PARA TESTAR A IMAGEM QUE TEM DO EMPREENDEDORISMO

11. Avalie as seguintes afirmações e seguidamente, assinale com um círculo o número (apenas um) com o qual se identifica mais a sua perspetiva. (Utilize a seguinte escala de respostas e circule a opção correspondente: 1 = “Discordo totalmente”; 2 = “Discordo”; 3 = “Nem concordo nem discordo”; 4 = “Concordo”; 5 = “Concordo totalmente”)

11.1. Empreendedorismo....

Contribui para o aumento e criação de emprego	1	2	3	4	5
É crucial para a competitividade de uma economia	1	2	3	4	5
Desbloqueia o potencial pessoal	1	2	3	4	5
Auxilia os interesses da sociedade em geral	1	2	3	4	5
Contribui para um aumento da riqueza dos pobres	1	2	3	4	5

11.2. Um empreendedor é alguém que:

Tem um QI alto	1	2	3	4	5
Tem ideias radicais para um novo negócio	1	2	3	4	5
Tem capacidade de detetar o potencial de uma ideia	1	2	3	4	5
Possui o seu próprio capital (dinheiro)	1	2	3	4	5
Está disposto a operar dentro das regras	1	2	3	4	5
Está disposto a trabalhar dentro dos seus recursos atuais	1	2	3	4	5
Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência	1	2	3	4	5
Considera os interesses da sociedade nas suas tomadas de decisão	1	2	3	4	5
Está disposto a assumir grandes riscos numa ideia nova	1	2	3	4	5
É uma pessoa respeitável	1	2	3	4	5

IV. PERGUNTAS GERAIS PARA TESTAR O SEU INTERESSE NA CRIAÇÃO DE UMA NOVA EMPRESA

12. Suponha que poderia escolher entre diferentes tipos de emprego, qual preferia?

- Exclusivamente Trabalhador por Conta de Outrem (TCO)
- Exclusivamente Trabalhar por Conta Própria (TCP)
- Combinar TCO e TCP

Responda as seguintes questões de acordo com a sua anterior resposta.

12.1. Por que prefere ser empregado, em vez de empregado por conta própria?

(Utilize a seguinte escala de respostas e circule a opção correspondente: 1 = “Discordo totalmente”; 2 = “Discordo”; 3 = “Nem concordo nem discordo”; 4 = “Concordo”; 5 = “Concordo totalmente”)

Ser empregado é a opção mais adequada para o meu futuro profissional	1	2	3	4	5
Segurança no emprego / estabilidade do emprego / ordenado estável	1	2	3	4	5
Segurança social e/ou benefícios de seguro	1	2	3	4	5
Não é tão arriscado como ser empregado por conta própria	1	2	3	4	5
Demasiado trabalho quando somos empregados por conta própria	1	2	3	4	5
Burocracia / barreiras administrativas	1	2	3	4	5
Falta de uma ideia empreendedora	1	2	3	4	5
Falta de recursos financeiros para ser empregado por conta própria	1	2	3	4	5
Gravidade e/ou irreversibilidade da decisão	1	2	3	4	5
Falta de conhecimento/familiaridade com o facto de ser empregado por conta própria	1	2	3	4	5
Tem colegas/demasiado sozinhos por serem empregados por conta própria	1	2	3	4	5

12.2. Por que prefere ser empregado por conta própria em vez de empregado?

Independência pessoal / Gestão do próprio tempo	1	2	3	4	5
Família / amigos são empregados por conta própria	1	2	3	4	5
Tenho uma ideia que pode ser uma oportunidade de negócio	1	2	3	4	5
É uma “coisa normal para se fazer”	1	2	3	4	5
Não há necessidade de se adaptar a um ambiente de negócios em particular	1	2	3	4	5
Trabalho mais interessante	1	2	3	4	5
Possibilidades de autorrealização	1	2	3	4	5
Mais prestígio do que ser empregado	1	2	3	4	5
Melhores perspectivas de rendimentos	1	2	3	4	5
Falta de oportunidades de emprego atraentes	1	2	3	4	5
Para evitar as incertezas relacionadas ao emprego (por exemplo, estar desempregado)	1	2	3	4	5
Ter o meu próprio negócio é a opção mais adequada para a minha futura profissão	1	2	3	4	5

13. Se hoje pensasse em desenvolver o seu próprio negócio o que preferiria?

- Iniciar um negócio novo
- Investir num negócio já existente

14. Alguma vez criou a sua empresa (assinale apenas uma das seguintes opções):

- Não e não tenho interesse em fazê-lo
- Não, mas imagino-me a criar uma empresa
- Não, mas tenho uma ideia que acredito que poderia ser bem-sucedida
- Atualmente, estou a pensar nisso
- Tenho tomado medidas para iniciar uma empresa
- Sim, tenho empresa/s criada/s

Quais os aspetos que lhe suscitam maiores receios quando falamos em desenvolver o seu próprio negócio:

(Utilize a seguinte escala de respostas e circule a opção correspondente: 1 = “Nenhum receio”; 2 = “Muito pouco receio”; 3 = “Algum receio” ; 4 = “Bastante receio”; 5 = “Muito receio”)

Incerteza da remuneração	1	2	3	4	5
Instabilidade do emprego	1	2	3	4	5
A necessidade de investir muito tempo e energia num projeto	1	2	3	4	5
A possibilidade de falhar pessoalmente	1	2	3	4	5
A possibilidade de entrar na falência	1	2	3	4	5

15. Sobre a dificuldade de iniciar um negócio, qual o seu grau de concordância com as afirmações:

(Utilize a seguinte escala de respostas e circule a opção correspondente: 1 = “Discordo totalmente”; 2 = “Discordo”; 3 = “Nem concordo nem discordo”; 4 = “Concordo”; 5 = “Concordo totalmente”)

Falta de apoio financeiro	1	2	3	4	5
O processo administrativo é muito complexo	1	2	3	4	5
Pouca informação sobre como o fazer	1	2	3	4	5
Falta de competências na área de gestão	1	2	3	4	5
Falta de ideias inovadoras	1	2	3	4	5
Falta de apoio institucional para o fazer	1	2	3	4	5
Grande risco de falhar	1	2	3	4	5
O clima económico atual não é favorável ao desenvolvimento do nosso próprio negócio	1	2	3	4	5

16. Na sua perspetiva, qual o grau de importância dos seguintes fatores no sucesso de uma nova empresa:

(Utilize a seguinte escala de respostas e circule a opção correspondente: 1 = “Nada importante”; 2 = “Pouco importante”; 3 = “Importante”; 4= “Muito Importante”; 5 = “Extremamente importante”)

A personalidade do gestor/empreendedor	1	2	3	4	5
A qualidade da equipa de gestão	1	2	3	4	5
A qualidade da equipa técnica	1	2	3	4	5
Existência de apoios financeiros	1	2	3	4	5
O contexto económico	1	2	3	4	5
O contexto político	1	2	3	4	5
As parcerias externas	1	2	3	4	5

17. O meu interesse na criação de novas empresas seria melhorado se a Universidade:

(Utilize a seguinte escala de respostas e circule a opção correspondente: 1 = “Discordo totalmente”; 2 = “Discordo”; 3 = “Nem concordo nem discordo”; 4 = “Concordo”; 5 = “Concordo totalmente”)

Criar consciencialização do empreendedorismo como uma possível escolha da carreira	1	2	3	4	5
Fornecer ideias aos alunos para iniciar uma nova empresa	1	2	3	4	5
Oferecer um estudo de bacharelato ou mestrado em empreendedorismo	1	2	3	4	5
Oferecer um projeto de trabalho focado em empreendedorismo	1	2	3	4	5
Organizar conferências/workshops sobre empreendedorismo	1	2	3	4	5
Colocar os estudantes em contacto com a rede necessária para começar uma nova empresa	1	2	3	4	5
Permitir que empresas geridas por alunos usem as instalações da universidade	1	2	3	4	5
Proporcionar aos alunos os meios financeiros necessários para iniciar uma nova empresa	1	2	3	4	5
Colocar os estudantes empreendedores em contacto uns com os outros	1	2	3	4	5

18. Como vê o seu futuro mediante a seguinte escala:

Ser um empregado	1	2	3	4	5	Ter o meu próprio negócio
------------------	---	---	---	---	---	---------------------------

Muito Obrigado pela sua Colaboração!